

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(на основі ОП Маркетинг 2016)
МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ**

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “28” серпня 2019 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Маркетинг послуг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Викладач (-і)	к.е.н., доц. Гречаник Н.Ю.
Контактний телефон викладача	+380505388599
Е-mail викладача	nataliia.hrechanuk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді
2. Анотація до курсу	
<p>Маркетинг послуг – це процес розробки, просування і реалізації послуг, орієнтований на виявлення та задоволення потреб клієнтів. Але у зв'язку з тим, що клієнту пропонується те, що не має матеріального втілення, процес продажу ускладнюється. Тому знання особливостей маркетингу у сфері послуг допомагає підприємствам більш ефективно здійснювати маркетингову діяльність, виявляти, які саме послуги необхідно пропонувати на ринку, як отримати прогнозований рівень прибутку, вдосконалити якість обслуговування та взаємини із споживачем. Маркетинг послуг є конкретною методологічною дисципліною, яка ґрунтується на матеріалах інших економічних дисциплін і значною мірою узагальнює здобуті студентами знання.</p> <p>Найважливіше в маркетингу - це розуміння клієнтів: їх бажань, запитів, переваг та ринкових тенденцій. Провали в бізнесі, в великій мірі, можна віднести до нерозуміння потреб цільової аудиторії, до неефективної комунікації з ними при розробці стратегії маркетингу. Цей аспект діяльності вкрай важливий при роботі в сфері послуг.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є набуття студентами знань щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, формування маркетингової стратегії та використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.</p> <p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є маркетингова діяльність підприємств, які працюють в сфері послуг</p>	
4. Результати навчання	
<p>P2. Демонструвати розуміння ринкових процесів та явищ на основі фундаментальних економічних знань та особливості професійної діяльності маркетолога.</p> <p>P6. Досліджувати тенденції та виявляти перспективи розвитку підприємств, організацій, ринків.</p> <p>P7. Відслідковувати найновіші досягнення в професійній сфері, генерувати ідеї та критично їх аналізувати.</p> <p>P10. Застосовувати набуті теоретичні знання у розв'язанні практичних питань маркетингу та управлінської діяльності .</p> <p>P11. Збирати та опрацьовувати первинну та вторинну інформацію, перевіряти достовірність інформації, застосовувати відповідне програмне забезпечення.</p> <p>P12. Визначати мету та цілі маркетингової діяльності суб'єкта ринку, формувати його маркетингову програму, систему дій, обґрунтовувати доцільність залучених ресурсів.</p> <p>P13. Організовувати маркетингову діяльність, прогнозувати та планувати розвиток підприємства, організації із врахуванням невизначеності маркетингового середовища.</p> <p>P19. Оцінювати ефективність використання ресурсів, ефективність маркетингової діяльності в системі управління.</p>	

P20. Відповідати за результати власної діяльності та виявляти навички до підприємництва та управлінські ініціативи.

5. Організація навчального курсу

Обсяг курсу – 90 год / 3 кредити ЄКТС

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	14
семінарські заняття / практичні / лабораторні	16
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
5	075 маркетинг	3	Нормативний

Тематика курсу

Тема	Форма заняття	Література	Завдання, год	Термін виконання
Тема 1. Поняття послуг. Характеристика послуг	Лекція, семінарське заняття	1,2,3	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 2. Ринок послуг та його сегментація	Лекція, семінарське заняття	1,2,3	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Особливості маркетингу у сфері послуг. Моделі маркетингу послуг	Лекція, семінарське заняття	1,2,3	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 4. Маркетинг у різноманітних сферах послуг.	Лекція, семінарське заняття	1,3,4,5,9	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 5. Зовнішній, внутрішній та “інтерактивний” маркетинг	Лекція, семінарське заняття	1,2,3,6	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 6. Маркетингова стратегія підприємств на ринку послуг	Лекція, семінарське заняття	1,2,3,6,9	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Товарна, асортиментна політика та	Лекція, семінарське заняття	6,7,8,9	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом

ціноутворення на ринку послуг				
Тема 8. Комунікаційна політика підприємств на ринку послуг	Лекція, семінарське заняття	1,3,6,7,9	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 9. Планування та контроль маркетингу сфери послуг	Лекція, семінарське заняття	2,3,6,8,9	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом
Тема 10. Світовий ринок послуг. Міжнародна торгівля	Лекція, семінарське заняття	1,2,3,6,8	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття, СРС	До наступного заняття за розкладом

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	100 бальна – (50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен)																								
	“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;																								
	“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;																								
	“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;																								
	“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.																								
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="3">Поточне тестування та самостійна робота</th> <th rowspan="2">Екзаменаційна робота (екзамен)</th> <th rowspan="2">Сума балів з навчальної дисципліни</th> </tr> <tr> <th>Поточний контроль</th> <th>Самостійна робота</th> <th>Індивідуальне завдання</th> </tr> <tr> <td>Теми 1-10</td> <td>Теми 1-10</td> <td></td> <td rowspan="2">Теми 1-10</td> <td rowspan="2"></td> </tr> <tr> <td>40</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td colspan="3">50</td> <td>50</td> <td>100</td> </tr> </table>			Поточне тестування та самостійна робота			Екзаменаційна робота (екзамен)	Сума балів з навчальної дисципліни	Поточний контроль	Самостійна робота	Індивідуальне завдання	Теми 1-10	Теми 1-10		Теми 1-10		40	10	10	50			50	100	
Поточне тестування та самостійна робота			Екзаменаційна робота (екзамен)	Сума балів з навчальної дисципліни																					
Поточний контроль	Самостійна робота	Індивідуальне завдання																							
Теми 1-10	Теми 1-10		Теми 1-10																						
40	10	10																							
50			50	100																					
Вимоги до письмової роботи	Головна мета письмової роботи – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Завдання формуються індивідуально для студента.																								
Семінарські заняття	Семінарське заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов’язує теоретичне навчання і самостійне опрацювання питань із дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів.																								
Умови допуску до підсумкового	Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові блоки: Поточний контроль (1-30 балів). Самостійна робота (1-10 балів).																								

контролю	Індивідуальне завдання (1-10 балів).
7. Політика курсу	
<p>1. Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).</p> <p>2. Опрацювання теоретичного матеріалу, проходження тестування в дистанційній формі навчання, виконання індивідуальних творчих завдань.</p> <p>3. Опрацювання і підготовка до дискусій з приводу матеріалу, викладеного в хрестоматіях для самостійної роботи.</p> <p>4. Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей.</p> <p>5. Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (зазвичай, за допомогою платформи дистанційного навчання http://www.d-learn.pu.if.ua).</p> <p>Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні незадовільні оцінки, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються, що визначається положенням «Про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/.</p> <p>Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій за умови індивідуального графіку роботи студента. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно графіку консультацій викладача.</p>	
8. Рекомендована література	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Пащук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 560 с. 2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок; пер. с англ. – 4-е изд. – М. : Изд. "Вильямс", 2005. – 1008 с. 3. Шканова О.М. Маркетинг послуг. Навчальний посібник. Київ, “Кондор”, 2017.- 302 с. 4. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с. 5. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / За ред. Буднікевич І. М. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 536 с. 6. Мазаракі, А. А. Світовий ринок товарів та послуг : електрон. підруч. / А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – Ч. II. – 240 7. Шоул, Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоу ; пер с англ. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 337 с. 8. Котлер, Ф. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций / Ф. Котлер, А.Р. Андреасен. – 6-е. изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 854 с 9. А Разумовская. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога. / Анна Разумовская, Валентин Янченко.: Вершина; Москва; 2006 	